

# **Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Film**

---

**DEAVY ROSALINE HENNY KLAVERT**  
**UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**  
**2013**



## **ABSTRACT**

This research aims to identify any differences in consumer preference towards the film attributes in terms of gender, age and employment. Variable used is the genre, cast, Director, symbolism, country of origin, production house and the sequel, as well as supporting the two variables which is a source of information and technology. The development of the film in Indonesia could be said to be quite significant, so do the research to find out the differences in consumer preference in watching the movie.

The research was carried out using the method of the survey distributed to 230 people respondents who watch the film. Calculation analysis of data was done using the chi-square analysis and independent sample t-Test with SPSS Statistics Tools Version 18.

The results showed that there were differences in consumer preference in terms of gender towards the attributes of the genre, sequel and director during watching the movie. There are differences in the age of consumer preference towards the genre attribute, sequel and director. There are differences in consumer preference in watching movies in terms of the work to the attributes of the genre, cast and director. It also found that there is a difference of preference in terms of gender, age and employment against a variable source of information. The results showed that there were no differences in consumer preference in terms of gender against the variable technologies, but there are differences in terms of age preference and work against technological variables.

**Keywords:** attribute the film, genre, cast, director, symbolism, country of origin, production house, sequels, information resources, technology, consumer preferences.

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan film di Indonesia bisa dikatakan cukup signifikan. Terlihat dari banyaknya judul film yang muncul di bioskop – bioskop di Indonesia saat ini. Tidak hanya di bioskop yang menghadirkan berbagai film dengan genre yang berbeda – beda, film juga hadir di layar kaca televisi yang menghadirkan cerita – cerita yang berbeda dan membuat dunia perfilman Indonesia semakin berwarna, tidak hanya film Hollywood tapi juga film – film karya anak bangsa. Ekonom dan para pemasar mengakui bahwa atribut produk sangat penting sebagai penentu terhadap pilihan konsumen (Rosen, 1974). Selain variabel yang dikenal seperti variabel harga, iklan, promosi, pilihan konsumen juga dalam hal ini atribut film yang pada umumnya diketahui oleh para penonton seperti genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel dan rumah produksi juga mempengaruhi minat konsumen dalam menonton sebuah film.

Film bukan hanya sebagai sebuah karya seni tetapi juga sebagai salah satu produk yang berpotensi mendatangkan keuntungan ekonomi. Produksi dan distribusi film di Indonesia menyumbang sebesar Rp. 1,9 triliun dari total PDB ekonomi kreatif Indonesia (Oxford *Economics*, 2011), hal ini dapat dilihat dari meningkatnya penonton film nasional dari tahun ke tahun.

Seiring dengan perkembangan teknologi, masyarakat mempunyai banyak alternatif sebagai pilihan untuk mencari hiburan terutama film. Tidak dapat dipungkiri bahwa bioskop mulai ramai dikunjungi karena adanya film-film baru yang sangat berpotensi untuk menarik para pecinta film, yang juga merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih dari berbagai macam jenis hiburan yang ditawarkan. Keberadaan dari bioskop saat ini juga tidak sepenuhnya tergeseer dengan adanya keberadaan televisi, Video Compact Disk (VCD) atau DVD yang dapat dinikmati kapan saja tanpa harus pergi ke bioskop, karena ada hal yang tidak diperoleh dari menonton film di rumah. Tidak hanya itu saja, dengan adanya warung internet yang juga menyediakan berbagai macam film yang dapat disalin oleh pengunjung warung internet, ini juga menjadi salah satu opsi dari masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dalam menonton film.

Film merupakan produk karya seni dan budaya yang memiliki nilai guna karena bertujuan memberikan hiburan dan kepuasan batin bagi penonton. Melalui sarana cerita itu, penonton secara tidak langsung dapat belajar merasakan dan menghayati berbagai permasalahan kehidupan yang sengaja ditawarkan pengarang sehingga produk karya seni dan budaya dapat membuat penonton menjadi manusia yang lebih arif dan dapat memanusiakan manusia (Nurgiyantoro, 2007:40). Konsumen akan cenderung menggunakan *criteria evaluative* yang sama dalam mengevaluasi alternative produk, namun tidak akan membeli produk yang sama jika tingkat kepentingan dari setiap atribut yang diberikan oleh konsumen itu berbeda (Hawkins *et al.*, 2004). Dari ulasan diatas, maka penelitian ini akan membahas tentang perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut film.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah ada perbedaan preferensi konsumen berdasarkan gender, usia dan pekerjaan terhadap atribut genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel, dan rumah produksi dalam menonton film?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan preferensi konsumen berdasarkan gender, usia, dan pekerjaan terhadap atribut genre, *symbolism*, *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel, dan rumah produksi dalam menonton film.

## **D. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengertian Film**

Berdasarkan undang-undang perfilman tahun 2009, disebutkan bahwa film merupakan karya seni budaya yang termasuk pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan ketentuan sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan (dipertontonkan

kepada khalayak banyak), sehingga dapat disimpulkan bahwa film memiliki 3 makna, yaitu: 1) film sebagai karya seni dan budaya; 2) film sebagai pranata sosial; 3) film sebagai media komunikasi massa. Film yang dimaksudkan dalam undang-undang itu adalah film yang berupa cerita dan non-cerita. Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang menggabungkan antara aspek audio dan visual, meskipun pada awalnya film sendiri tidak mengandung unsur audio. Ada perbedaan antara film dan televisi adalah bahwa televisi cenderung menyampaikan banyak pesan sekaligus kepada audiens, baik melalui program yang mereka sajikan maupun iklan yang mereka tayangkan. Ada beberapa jenis film yaitu film dokumenter, film cerita pendek, film cerita panjang, *feature* film, film eksperimen, film industri dan film pendidikan

## **2. Film Sebagai Produk Pengalaman**

Film merupakan produk pengalaman, dimana berdasarkan sifatnya sebagai hedonis dan produk pengalaman, film dapat diidentifikasi sebagai produk yang menawarkan pengalaman yang emosional. Melalui kegiatan menonton, konsumen berharap bahwa film yang ditonton dapat membawa perasaan khusus seperti cinta, terkejut, senang, marah, sedih, terharu, ataupun takut (Fowdur, Kadiyali, dan Narayan, 2009).

## **3. Atribut Film**

Ada beberapa atribut film yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Genre: jenis atau klasifikasi dari sekelompok film yang memiliki karakter atau pola sama seperti latar, isi, dan subjek cerita, tema, struktur cerita, aksi atau peristiwa, periode, gaya, situasi, ikon, mood, serta karakter (Pratista, 2008:10). Klasifikasi tersebut akan membawa sebuah film menjadi bermacam-macam jenis genre seperti horor, *thriller*, roman, komedi, musikal, petualangan, dan drama. Menurut Austin dan Gordon (1987) menyatakan bahwa genre adalah faktor yang dipertimbangkan pertama kali dan dianggap paling penting oleh konsumen saat mengevaluasi alternatif film. Menurut Robert Stam (1999), genre dianalisa berdasarkan *setting*, *mood*, dan *format*.

- b. Pemain: Tokoh/Pemain adalah individu ciptaan atau rekaan pengarang yang mengalami peristiwa-peristiwa ataupun lakon dalam berbagai peristiwa cerita (Pratista, 2008:43). Sebagian besar ekspektasi dari konsumen terhadap sebuah film adalah berdasar pada nama-nama dari individu yang terlibat dalam film tersebut (Hennig-Thurau *et al.*, 2001).
- c. Sutradara: salah satu orang yang berada dibalik layar yang dianggap sebagai seseorang yang memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Menurut Hennig-Thurau *et al.* (2001), sebuah proses pembuatan film juga melibatkan orang-orang yang bekerja dibalik layar ataupun tidak dengan kasat mata sehingga sangat cukup beralasan jika ekspektasi konsumen tidak hanya didasarkan pada deretan nama-nama aktor yang terlihat secara kasat mata.
- d. Karya Saduran (*Symbolism*): Menurut Hennig-Thurau *et al.* (2001), elemen utama dari *Symbolism* film adalah hubungannya dengan karya-karya sebelumnya, misalnya novel, pertunjukkan drama, serial televisi, sekuel ataupun permainan komputer. Film-film yang bersifat *adapted screenplay* memiliki kepastian yang lebih besar di pasar daripada film-film yang *original screenplay* karena konsumen sudah memiliki *pre-existing awareness* tentang sebuah film (Gazley *et al.*, 2010).
- e. *Country of Origin*: Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *country of origin* adalah negara yang dijadikan lokasi produksi dari sebuah film (Gazley *et al.*, 2010). Film dari beberapa negara diasosiasikan memiliki gaya atau narasi yang khas sehingga menjadi lebih atau kurang atraktif bagi konsumen (Hennig-Thurau *et al.*, 2001).

- f. Rumah Produksi adalah suatu organisasi atau wadah untuk menampung minat dan bakat dalam dunia film dan televisi, yang dimana dalam melakukan kegiatan ini diselenggarakan dengan menggunakan peralatan dengan cara teratur untuk mencari atau mendapatkan keuntungan dari kegiatannya tersebut.
- g. Sekuel adalah sebuah karya dalam sastra, film, atau media lain yang menggambarkan kronologis kejadian orang-orang berikut seperti kerja yang sebelumnya. Sekuel meneruskan unsur-unsur dari cerita asli, yaitu dengan karakter dan pengaturan yang sama.

## **E. HIPOTESIS**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: ada perbedaan preferensi ditinjau dari gender terhadap genre, karya saduran (*symbolism*), *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel dan rumah produksi dalam menonton film.
- H2: ada perbedaan preferensi ditinjau dari usia terhadap genre, karya saduran (*symbolism*), *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel dan rumah produksi dalam menonton film.
- H3: ada perbedaan preferensi ditinjau dari pekerjaan terhadap genre, karya saduran (*symbolism*), *country of origin*, pemain, sutradara, sekuel dan rumah produksi dalam menonton film.

## **F. DESAIN PENELITIAN**

Penelitian ini di desain dalam bentuk survei yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Skala yang digunakan untuk mengukur kuesioner adalah skala Likert dan skala nominal. Untuk mengukur perbedaan preferensi responden dalam menonton film berdasarkan gender, usia dan pekerjaan terhadap atribut film digunakan skala Likert dengan pertanyaan dengan Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), dan skala nominal untuk jenis film dan atribut genre film.

## G. METODA ANALISIS DATA

### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji validitas dari kuesioner atau membuktikan apakah tiap-tiap butir kuesioner benar-benar telah mengukur konsep yang dimaksud. Bila  $r$  hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel, maka butir pertanyaan untuk variabel-variabel tersebut valid dan layak sebagai alat pengumpul data. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, maka semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran. Ringkasan hasil uji validitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1 Ringkasan Hasil Uji Validitas**

Variabel	$r$ hitung	$r$ tabel	Hasil Uji Validitas
Pemain 1	0,823	0,129	Valid
Pemain 2	0,823	0,129	Valid
Sutradara 1	0,651	0,129	Valid
Sutradara 2	0,651	0,129	Valid
Karya Saduran 1	0,484	0,129	Valid
Karya Saduran 2	0,484	0,129	Valid
Negara Asal 1	0,585	0,129	Valid
Negara Asal 2	0,310	0,129	Valid
Negara Asal 3	0,483	0,129	Valid
Rumah Produksi 1	0,471	0,129	Valid
Rumah Produksi 2	0,471	0,129	Valid
Sumber Informasi 1	0,526	0,129	Valid
Sumber Informasi 2	0,526	0,129	Valid
Sumber Informasi 3	0,602	0,129	Valid
Sumber Informasi 4	0,590	0,129	Valid
Sumber Informasi 5	0,444	0,129	Valid
Sumber Informasi 6	0,147	0,129	Valid
Teknologi 1	0,670	0,129	Valid
Teknologi 2	0,605	0,129	Valid
Teknologi 3	0,533	0,129	Valid

Dari pengujian validitas yang disajikan pada tabel 1, perolehan hasil Uji Validitas semua pertanyaan pada masing-masing variabel pemain, sutradara, negara asal (*country of origin*), karya saduran, rumah produksi, sumber informasi, dan teknologi menunjukkan bahwa besarnya  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel, sehingga 20 pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang mewakili setiap variabel adalah valid, sehingga semua pertanyaan yang mewakili setiap variabel dalam kuesioner penelitian ini dapat mengukur apa yang ingin diukur dalam kuesioner. Namun, variabel sekuel dalam penelitian ini di dalam kuesioner hanya memiliki 1 pernyataan dan tidak bisa diukur tingkat validitasnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Berikut ini adalah hasil dari pengujian reliabilitas kuesioner penelitian yang diolah dengan menggunakan SPSS Statistics 18.0:

**Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Item pertanyaan	Nilai Cronbach Alpha	Hasil Uji Reliabilitas
Pemain	2	0,834	Reliabel
Sutradara	2	0,742	Reliabel
Karya Saduran	2	0,652	Reliabel
Country of Origin	3	0,641	Reliabel
Rumah Produksi	2	0,622	Reliabel
Sumber Informasi	6	0,735	Reliabel
Teknologi	3	0,768	Reliabel

Berdasarkan hasil dari pengujian reliabilitas pada tabel 2, dapat dilihat bahwa hanya lima variabel atribut film yaitu pemain, sutradara, karya saduran, negara asal (*country of origin*), dan rumah produksi serta dua variabel pendukung yaitu sumber informasi dan teknologi yang ada dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60, sehingga dapat dikatakan jika ketujuh variabel tersebut dalam penelitian ini reliabel. Sedangkan variabel sekuel dalam penelitian ini di dalam kuesioner hanya memiliki 1 pernyataan dan tidak bisa diukur tingkat reliabelnya.

## 3. Analisis *Chi-Square*

Prosedur *Chi-Square* mentabulasikan suatu variabel menjadi kategori dan menghitung statistik *chi square*-nya. Uji kecocokan modelnya membandingkan observasi dan frekuensi harapan pada kategori untuk diuji tiap kategorinya. Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan preferensi pada jenis film dan atribut genre antara pria dan wanita, segi usia dan pekerjaan.

## 4. Analisis *Independent Sampel t-Test*

Analisis ini digunakan untuk mengukur ada tidaknya perbedaan tingkat preferensi dalam menonton film ditinjau dari perbedaan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Alat analisis ini digunakan untuk menguji suatu hipotesis rata-rata sampel dari dua populasi. Prosedur *Independent sample t-Test* digunakan untuk menguji apakah dua sampel yang tidak bertalian (*independent*) berasal dari populasi yang sama mempunyai ekspektasi (*mean*) yang sama.



## H. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### 1. Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film, Atribut Film, Sumber Informasi dan Teknologi ditinjau dari Gender

Jenis film dalam penelitian ini ada dua yaitu film cerita panjang dan *feature* film. Hasil uji statistik *chi square* menunjukkan bahwa  $p = 0,551$  dengan probabilitas  $> 0,05$ , artinya bahwa tidak ada perbedaan preferensi antara pria dan wanita terhadap jenis film cerita panjang. Disamping itu, hasil statistik *chi square* menunjukkan bahwa  $p = 0,813$  dengan probabilitas  $> 0,05$  artinya tidak ada perbedaan preferensi antara pria dan wanita terhadap jenis *feature* film.

Dalam penelitian ini ada 16 genre film yang di analisis yaitu genre kriminal, noir, sejarah, fiksi ilmiah, perang, *western*, aksi, petualangan, komedi, drama, fantasi, horor, romantis, *thrillers*, animasi, dan musikal. Hasil analisis *chi square* menunjukkan bahwa genre noir, genre fiksi ilmiah, genre petualangan, genre komedi, genre fantasi, genre horor, genre *thrillers*, dan genre animasi tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa antara responden pria dan wanita tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap genre-genre tersebut dalam menonton film. Namun, hasil analisis *chi square* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita terhadap genre kriminal, genre sejarah, genre perang, genre *western*, genre aksi, genre drama, genre romantis, dan genre musikal. Konsumen pria lebih suka menonton film yang bergenre kriminal, sejarah, perang, *western* dan aksi dibandingkan konsumen wanita. Sedangkan konsumen wanita lebih suka menonton film yang bergenre drama, romantis dan musikal dibanding dengan pria.

Berdasarkan analisis *independent sample t-Test* untuk atribut pemain, karya saduran, *country of origin*, dan rumah produksi tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan, ini berarti bahwa antara responden pria dan wanita tidak ada perbedaan preferensi dalam menonton film. Sebaliknya pada atribut sutradara dan sekuel menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita.

Berdasarkan analisis *independent sample t-Test* untuk sumber informasi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita, ini berarti bahwa baik pria maupun wanita mencari informasi yang akurat tentang sebuah film yang ingin di tonton melalui majalah, koran, jejaring sosial, serta rekomendasi dari teman. Dari segi teknologi menunjukkan tidak terdapat perbedaan antara pria dan wanita dalam menonton film.

## **2. Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film, Atribut Film, Sumber Informasi dan Teknologi ditinjau dari Usia**

Berdasarkan hasil pengujian statistik *chi square* menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan preferensi yang ditinjau dari usia terhadap jenis film cerita panjang dan *feature* film. Selain itu mengenai preferensi konsumen terhadap genre film berdasarkan usia, bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada genre kriminal, noir, sejarah, fiksi ilmiah, perang, *western*, aksi, petualangan, drama, horor, *thrillers*, animasi, dan musikal. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-24 tahun dan yang berusia 25-43 tahun tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen yang signifikan terhadap genre-genre film tersebut dalam menonton film. Genre komedi dan genre romantis menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara responden yang berusia 18-24 tahun dan yang berusia 25-43 tahun. Responden yang berusia 18-24 tahun lebih suka menonton film yang bergenre komedi dan genre romantis dibandingkan dengan responden yang berusia 25-43 tahun.

Berdasarkan hasil analisis *independent sample t-Test* atribut pemain, karya saduran, *country of origin* dan rumah produksi tidak terdapat perbedaan preferensi berdasarkan usia dari konsumen. Namun, terdapat perbedaan preferensi berdasarkan usia terhadap atribut sutradara yaitu responden yang berusia 18-24 dan yang berusia 25-43 tahun. Selain itu, terdapat perbedaan pada atribut sekuel antara yang berusia 18-24 tahun dan responden yang berusia 25-43 tahun.

Hasil analisis *independent sample t-Test* mengenai perbedaan preferensi konsumen berdasarkan usia menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara responden yang berusia 18-24 tahun dan yang berusia 25-43 tahun. Berarti bahwa responden yang berusia 18-24 tahun dan 25-43 tahun sama-sama mencari informasi tentang film yang ingin ditonton. Perbedaan yang signifikan juga tampak pada segi teknologi, dimana responden yang berusia 18-24 tahun dan yang berusia 25-43 tahun yang berarti bahwa responden dengan dua kategori umur ini juga sama-sama mempertimbangkan segi teknologi dari sebuah film seperti tampilan animasi, efek suara, dan juga tampilan 3D dalam menonton film.

## **3. Perbedaan Preferensi Terhadap Jenis Film, Atribut Film, Sumber Informasi dan Teknologi ditinjau dari Pekerjaan**

Hasil uji statistik *chi square* menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan preferensi antara mahasiswa/i dan karyawan/pegawai terhadap jenis film cerita panjang dan *feature* film. Selain itu, tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap genre noir, sejarah, fiksi ilmiah,

*western*, aksi, petualangan, komedi, drama, horor, romantis, *thrillers*, animasi dan musikal. Namun, terdapat perbedaan pada genre kriminal dan perang. Pada atribut karya saduran, *country of origin*, rumah produksi dan sekuel menunjukkan tidak terdapat perbedaan preferensi berdasarkan pekerjaan, karena kecenderungan baik mahasiswa/i maupun karyawan/pegawai akan tetap menonton film tanpa mempertimbangkan atribut-atribut tersebut sebelum menonton film. Namun, terdapat perbedaan preferensi berdasarkan pekerjaan terhadap atribut pemain dan sutradara.

Dari hasil analisis *independent sample t-Test*, mengenai perbedaan preferensi konsumen berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara responden mahasiswa/i dan karyawan/pegawai. Berarti bahwa responden mahasiswa/i dan karyawan/pegawai sama-sama mencari informasi tentang film yang ingin ditonton. Perbedaan yang signifikan juga tampak pada segi teknologi, dimana responden mahasiswa/i dan karyawan/pegawai juga mempertimbangkan segi teknologi dari sebuah film seperti tampilan animasi, efek suara dan juga tampilan 3D dalam menonton film.

## **I. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, bahwa terdapat perbedaan preferensi yang ditinjau dari gender terhadap atribut genre, sutradara dan sekuel. Selain itu, terdapat perbedaan preferensi yang ditinjau dari usia terhadap atribut genre, sekuel dan sutradara, sedangkan ditinjau dari pekerjaan bahwa terdapat perbedaan preferensi terhadap atribut genre, pemain dan sutradara dalam menonton film.

Dari pembahasan yang sudah dilakukan didapatkan beberapa implikasi manajerial yang perlu untuk dilakukan pengembangan dari produsen film yaitu agar dapat meningkatkan kualitas film berdasarkan atribut-atribut film yang diketahui dalam benak konsumen. Para produsen film harus menciptakan *positioning* dan diferensiasi agar bisa lebih meyakinkan kepada konsumen bahwa film yang dihasilkan bisa diterima di masyarakat global. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, maka para produsen film harus terus melakukan inovasi dengan menghadirkan film-film yang tidak saja menarik lewat cerita, tetapi tampilan visual juga harus lebih ditingkatkan lagi agar bisa menarik minat konsumen dalam menonton film.

Selain itu produsen film juga dapat menggunakan majalah, koran sebagai media untuk memberikan informasi tentang film yang jelas kepada konsumen, dan juga jejaring sosial yang bisa diakses kapan saja oleh konsumen. Dengan adanya forum di jejaring sosial, rekomendasi

dari kritikus juga dapat dijadikan sebagai kritikan untuk para produsen film agar dapat menghasilkan film yang tidak hanya menarik tetapi juga dapat memberikan inspirasi untuk para penontonnya. Produsen film juga dapat membuat premier film, agar dapat menarik minat konsumen dalam menonton film, serta dapat berinovasi lagi dengan tidak hanya memproduksi film yang berasal dari cerita fiksi saja, akan tetapi dari kisah nyata, dimana dapat dilihat bahwa konsumen memiliki ketertarikan dan rasa ingin tahu terhadap sebuah film apabila film tersebut berdasarkan kisah nyata, serta lebih memperhatikan atribut film dari setiap film yang akan diproduksi. Untuk meningkatkan minat konsumen dalam menonton film maka produsen film juga tidak hanya melibatkan pemain dan sutradara ternama, tetapi juga pendatang baru.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dan saran untuk penelitian yang selanjutnya yaitu, Penelitian ini memiliki banyak keterbatasan yang akan memengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah responden yaitu sebanyak 230 responden yang masih belum dapat mewakili masyarakat yaitu konsumen yang senang menonton film di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan jumlah responden sehingga dapat mewakili konsumen dalam hal menonton film dan dengan demikian akan semakin beragam yang menjadi preferensi dari konsumen. Selain itu, penelitian ini hanya mengambil beberapa variabel yang dianggap paling memengaruhi konsumen dalam menonton film berdasarkan penelitian sebelumnya, untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan atribut film. Disamping itu, efek dari *country of origin* juga menjadi kelemahan dari penelitian ini karena akan menyebabkan bias terhadap persepsi konsumen Indonesia tentang lokasi produksi serta rumah produksi dari sebuah film, sehingga perlu untuk dijelaskan lebih rinci.

Segi teknologi juga menjadi kelemahan dari penelitian ini karena berdasarkan dari pertanyaan dalam kuesioner lebih mengarah pada bioskop sebagai media pilihan menonton dari konsumen, sehingga untuk penelitian selanjutnya agar lebih mempertimbangkan segi teknologi dalam pertanyaan kuesioner untuk media tertentu. Selain itu, metode pengumpulan data tidak hanya terbatas pada kuesioner saja tetapi dengan menambahkan metode wawancara juga agar hasil yang diperoleh lebih spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Austin, B. A., & Gordon, T. F. (1987). Movie genres: Toward a conceptualized model and standardized definitions. *Current Research in Film: Audiences, Economics and Law*, 3, 12-33.
- Fowdur, Lona., Kadiyali, Vrinda., and Narayan, Vishal. (2009), "The Impact of Emotional Product Attributes on Consumer Demand: An Application to the U.S Motion Picture Industry," *The Social Science Network Electronic Paper Collection*.
- Gazley, A., Clark., G., & Sinha, A. (2011). Understanding preferences for motion pictures. *Journal of Business Research*, Vol.64, pp. 854-861.
- Hawkins, D.I., Best, R.J., Coney, K.A. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. 9th ed. New York: McGraw-Hill.
- Hennig-Thurau, T., Walsh, G., Wruck, O. (2001). An Investigation into the Factors Determining the Success of Service Innovations: The Case of Motion Pictures. *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 6, pp. 1-23.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2007. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Oxford Economics. (2011). The Economic Contribution of the Film and Television Industries in Indonesia. Diunduh dari: [http://mpa-i.org/index.php/research\\_statistics](http://mpa-i.org/index.php/research_statistics).
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Rosen, S. (1974), "Hedonic Price and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition," *Journal of Political Economy*, 82 (1), 34-55.
- Stam, Robert. 1999. *Film Theory: An Introduction*, Wiley-Blackwell.
- Undang – Undang Republik Indonesia No.33 Tahun 2009, Tentang Perfilman.